

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kasmir (2017: 47), adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi masa atau negara (Buchari Alma, 2012).

Rusydi (2017: 39), berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nanti akan menjadi pelanggan setia.

Menurut Goeth dan Davis (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019), Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

2.2 Pengertian Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2012:214), jasa adalah Tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu.

Menurut Stanton (2012), pengertian jasa adalah kegiatan yang didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak memiliki wujud (*intangible*), Yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak terikat pada penjualan atau jasa lainnya, Jasa merupakan aktivitas menawarkan produk yang tidak berwujud namun dapat dirasakan hasilnya.

Menurut Gummesson (1987) dalam Tjiptono & Chandra (2016:13), mendefinisikan jasa sebagai “*Something which can be bought and sold but which you cannot frof on your feet.*” Definisi ini menekankan bahwa jasa bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik.

Menurut R.G. Mudrick dalam Danang Sunyoto (2013), mendefinisikan jasa dari sisi penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang: “Barang adalah suatu objek *tangible* yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah waktu tertentu. Jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan Kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

Menurut R.G. Mudrick dalam Danang Sunyoto (2013), yaitu: “Jasa itu sebagai *deeds* (Tindakan, prosedur, aktivitas); proses-proses, dan unjuk kerja yang *intangible*.

2.2.1 Karakteristik

Jasa adalah sesuatu yang diberikan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan. Stanton mengatakan bahwa “*service are identifiable, intangible activities that are main object of transaction designed to provide want-satisfactionto costumer*”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:223), jasa memiliki 4 ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

2.2.1.1 Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tak berwujud, karena tidak bisa dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.

Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat (*place*), manusia (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), simbol-simbol (*symbols*), dan harga (*price*) yang mereka lihat.

2.2.1.2 Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa-jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jika jasa diberikan oleh seseorang, maka orang tersebut merupakan bagian dari jasa tersebut. *Client* juga hadir pada saat jasa diberikan, interaksi penyedia *client* merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa tersebut.

2.2.1.3 Beraneka Ragam (*Variability*)

Jasa itu sangat beraneka ragam, karena tergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Sering kali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa.

2.2.1.4 Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa-jasa tidak dapat disimpan. Keadaan tidak tahan dari jasa-jasa bukanlah masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan terhadapnya berfluktuasi maka perusahaan jasa menghadapi masalah yang sulit.

2.2.2 Pemasaran Jasa

Menurut Muhammad Adam (2015), Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa merupakan bagian kecil ataupun bagian utama dan keseluruhan penawaran tersebut. Suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub yaitu berupa barang pada satu sisi dan jasa murni lainnya. Berdasarkan kriteria ini penawaran suatu perusahaan dibedakan menjadi lima kategori, yaitu sebagai berikut:

1. Produksi fisik murni
2. Produksi fisik dengan jasa pendukung
3. *Hybrid*
4. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor
5. Jasa murni

2.3 Transportasi

Menurut Jinca dalam (Wibowo & Chairuddin, 2017), menegaskan bahwa transportasi merupakan kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan (barang dan penumpang) dari suatu tempat ke tempat lain, yang sangat vital bagi

perekonomian dan pembangunan serta fasilitas penunjang (*Supporting Faciltiy*) terhadap pengembangan dan pertumbuhan sektor-sektor lain.

Sedangkan menurut Salim (2013:6), transportasi dapat dilihat dalam dua kategori yaitu:

1. Pemindahan bahan-bahan dan hasil produksi dengan menggunakan alat angkut.
2. Mengangkut penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa definisi transportasi adalah pemindahan barang dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.

2.3.1 Jenis-Jenis Transportasi

Muchtaruddin Siregar (2012), mengemukakan bahwa jenis-jenis transportasi dibagi menjadi 4 macam, yaitu:

2.3.1.1 Angkutan Darat

Angkutan darat dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Angkutan jalan raya merupakan segala jenis angkutan yang menggunakan kendaraan bermotor sebagai fasilitas operasional yang bergerak di jalan raya seperti motor, bus, truk, dll.
2. Angkutan darat jenis kereta api merupakan angkutan yang terdiri dari serangkaian gerbong barang yang ditarik oleh lokomotif.

2.3.1.2 Angkutan Pelayaran atau Angkutan Laut

Dibedakan menjadi dua macam yaitu:

1. Angkutan yang dilakukan oleh kapal laut. Angkutan ini berabad-abad lamanya digunakan untuk perdagangan antar negara maupun antar pulau yang berlangsung sampai saat ini.
2. Angkutan sungai seperti kapal pengangkut kayu yang melalui sungai ke pelabuhan kayu.

2.3.1.3 Angkutan Udara

Angkutan udara merupakan jenis angkutan yang memindahkan suatu barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan alat angkutan pesawat terbang.

2.3.1.4 Angkutan Pipa

Angkutan pipa yaitu angkutan berupa pipa yang biasanya digunakan untuk angkutan minyak dan gas.

2.3.2 Peran Transportasi

Peranan transportasi di kehidupan manusia, perekonomian dan pembangunan semakin banyak, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya angkutan modern yang berkecepatan tinggi serta berkapasitas muat besar baik berupa transportasi darat, maupun udara. Transportasi salah satu komponen utama dalam kegiatan masyarakat. Kehidupan masyarakat yang maju ditandai dengan mobilitas yang tinggi akibat tersedianya fasilitas transportasi yang berkualitas.

Transportasi laut sebagai sarana penunjang pengalokasian sumber- sumber ekonomi dan merangsang sektor lain, dimana fungsinya tercermin dalam mobilitas segenap sektor dan wilayah pembangunan. Seiring dengan perkembangan ekonomi dewasa ini, maka peranan transportasi laut yang semula hanya sebagai unit pelayaran, kemudian meningkat menjadi pusat perdagangan dan kegiatan ekonomi lainnya yang mendorong perekonomian yang satu dengan daerah yang lainnya di seluruh tanah air sehingga secara prinsip transportasi laut tidak hanya memungkinkan tetapi juga menyebabkan perubahan dalam masyarakat termasuk cara hidupnya, dengan demikian mempengaruhi peradaban manusia.

Peranan transportasi dapat dilihat dari segi :

2.3.2.1 Peranan Ekonomi dari Transportasi

1. Peluasan daerah cakupan barang atau jasa yang dapat dikonsumsi di suatu wilayah.
2. Penggunaan sumber bahan secara lebih efisien memungkinkan terjadinya spesialisasi atau pembagian pekerjaan.
3. Penyediaan fasilitas transportasi memungkinkan persediaan bahan untuk produksi tidak terbatas pada suatu daerah dan dapat diperoleh daerah-daerah lainnya.

2.3.2.2 Peranan Sosial dari Transportasi

1. Memungkinkan pola spesialisasi dari aktivitas manusia. Hal ini memberikan pilihan-pilihan lokasi yang lebih banyak bagi tempat-tempat bermukim dan tempat melakukan berbagai kegiatan, sesuai dengan keinginan atau kebutuhan manusia itu sendiri.

2. Memberikan pilihan-pilihan bagi manusia tentang pola dan tempat mereka bermukim untuk melakukan aktivitasnya, apakah mengelompok dengan kepadatan tinggi atau menyebar.

2.3.2.3 Peranan Politik dari Transportasi

1. Transportasi dan komunikasi memungkinkan pelaksanaan pemerintahan suatu wilayah lebih luas dapat dilakukan oleh pemerintah.
2. Transportasi dan komunikasi juga memungkinkan penyeragaman hukum dan peraturan perundang-undangan.
3. Transportasi dalam masyarakat sangat mempengaruhi struktur ekonomi, sosial, maupun politik dari masyarakat tersebut.

2.3.3 Fungsi Transportasi

Fungsi transportasi adalah untuk mengangkut penumpang dan atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Kebutuhan alat angkutan penumpang tergantung kegunaan seseorang. Peranan transportasi tidak hanya untuk melancarkan barang atau mobilitas manusia. Transportasi juga membantu tercapainya pengalokasian sumber-sumber ekonomi optimal. Barang yang diangkut adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat atau barang yang dimaksud digunakan sebagai bahan baku untuk menghasilkan produk akhir.

Fungsi transportasi memegang peranan penting dalam usaha mencapai tujuan pengembangan ekonomi dalam suatu bangsa. Adapun tujuan pengembangan ekonomi yang diperankan oleh jasa transportasi menurut Burhanuddin, 2003 (Skripsi Jusna, 2016) adalah:

1. Meningkatkan pendapatan nasional, disertai dengan distribusi yang merata antara penduduk, bidang usaha dan daerah.
2. Meningkatkan jenis dan jumlah barang jadi dan jasa yang dapat dihasilkan para konsumen, industri dan pemerintah.
3. Mengembangkan industri nasional yang dapat menghasilkan devisa serta menyuplai pasaran dalam negeri.
4. Menciptakan dan memelihara tingkatan kesempatan kerja bagi masyarakat.

2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Jasa Transportasi

Salim (2013), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan akan jasa-jasa transportasi dapat dilihat dari dua segi, yaitu:

2.3.4.1 Segi Permintaan (*Demand*)

1. Pertumbuhan penduduk
2. Pembangunan daerah dan wilayah
3. Industri
4. Transmigrasi dan penyeberangan penduduk

2.3.4.2 Segi Penawaran (*Supply*)

1. Peralatan yang digunakan
2. Kapasitas yang tersedia
3. Kondisi alat angkut yang dipakai
4. Produksi jasa yang dapat diserahkan oleh perusahaan angkutan
5. Sistem pembiayaan dalam pengoperasian alat pengangkutan

Sutarsih Saleh (2014:17), menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran jasa transportasi adalah:

1. Pendapatan konsumen, jasa transportasi yang ditawarkan kepada masyarakat sangat bergantung pada pendapatan masyarakat itu sendiri karena banyak jenis transportasi yang disediakan oleh pengusaha untuk kepentingan masyarakat disesuaikan dengan kemampuan atau daya beli masyarakat.
2. Tarif angkutan, faktor lain yang bersangkutan dengan pengenaan tarif angkutan dari pengusaha kepada konsumen/pemakai jasa angkutan, sehingga penentuan tarif benar-benar harus dihitung kelayakan, sehingga pengenaan tarif terjangkau oleh masyarakat yang meminta jasa transportasi dianggap sebagai tarif wajar dan masyarakat mau meminta jasa transportasi tersebut.

2.4 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sholikhah (2016), Statistik deskriptif, yang lazim dikenal pula dengan istilah statistik deduktif, statistik sederhana, dan descriptive statistics, adalah statistik yang tingkat pekerjaannya mencakup cara-cara menghimpun, menyusun, atau mengatur, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa, atau keadaan. Dengan kata lain, statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisis data, angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, dan jelas, mengenai sesuatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

Menurut Zellatifanny & Mudjiyanto (2018), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Tetapi bila penelitian dilakukan pada sampel, maka analisisnya dapat menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil. Tetapi peneliti ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi, maka teknik analisis yang digunakan adalah statistik inferensial.

Menurut Umami (2021), yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, piktogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Hanya perlu diketahui bahwa dalam analisis korelasi, regresi, atau membandingkan dua rata-rata atau lebih tidak perlu diuji signifikansinya. Jadi secara teknis dapat diketahui bahwa, dalam statistik deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi.

Pangestu Subagyo (2003:1) dalam Nasution (2017), menyatakan: Yang dimaksud sebagai statistika deskriptif adalah bagian statistika mengenai pengumpulan data, penyajian, penentuan nilai-nilai statistika, pembuatan diagram atau gambar mengenai sesuatu hal, disini data yang disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dipahami atau dibaca.

Sudjana (1996:7) dalam Nasution (2017), menjelaskan: Fase statistika dimana hanya berusaha melukiskan atau mengaliha kelompok yang diberikan tanpa membuat atau menarik kesimpulan tentang populasi atau kelompok yang lebih besar dinamakan statistika deskriptif.

2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Septian Nur Andika	Kualitas Pelayanan Jasa Terminal Penumpang Gapura Surya Nusantara Pada PT. PELINDO III (Persero) Cabang Tanjung Perak Surabaya	Model Interaktif dari Miles dan Hubberman	kondisi kualitas pelayanan ruang terminal penumpang yang sebelumnya buruk dapat diperbaiki dan dimaksimalkan dengan cara membangun dan menambah fasilitas-fasilitas dengan standar internasional sehingga mendapatkan respons positif dari penumpang.
2	Rahmat Hidayat	Kualitas Pelayanan Jasa Terminal Penumpang Pada Pelabuhan PT. PELINDO I (Persero) Sri bayintan Kijang	Analisis SERVQUAL	Pelayanan yang diterima dinilai tidak baik berdasarkan nilai Q (kualitas) < 1 , yang mana 'gap' kualitas pelayanan tersebut dapat berpotensi menjadi sumber masalah.
3	Heni Agustini	Studi Kualitas Pelayanan Kereta Api Tawang Jaya Kelas Ekonomi DAOP IV Semarang	Teori yang digunakan adalah model manajemen pelayanan serta penelitiannya dilakukan dengan tipe	Dengan mengubah budaya organisasi dapat merubah kualitas pelayanan

			penelitian eksploratif.	
4	Fathira Virda Noor	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan di PT. Herba penawar Alwahida Indonesia	Analisis yang digunakan adalah analisis linear sederhana	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5	A. Irwana	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Makassar	Analisis koefisien determinasi	Besarnya kontribusi pengaruh variabel terhadap kualitas pelayanan sebesar 86%

POLITEKNIK SINAR MAS
BERAU COAL

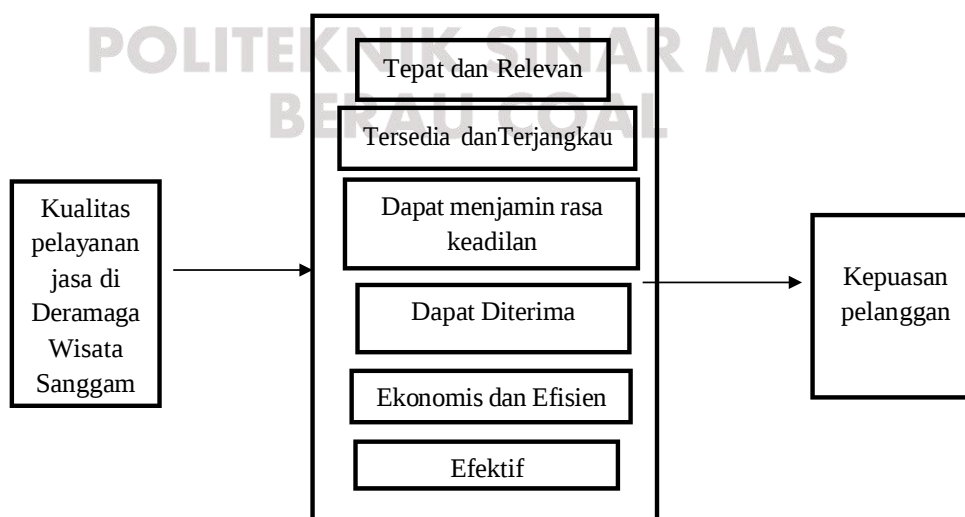
2.6 Kerangka Konsep

Pelayanan di Dermaga Wisata Sanggam Tanjung Redeb salah satu dermaga favorit di kalangan masyarakat secara umum untuk bepergian, karena pada hakikatnya dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas yang bertujuan agar tercapainya kepuasan seluruh masyarakat pada umumnya dan kepada calon penumpang khususnya.

pengukuran kualitas pelayan tentunya membutuhkan kriteria sebagai acuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, maka peneliti memilih untuk menggunakan 6 tolak ukur kualitas pelayanan jasa menurut Maxwell sebagai acuan tersebut yakni:

1. Tepat dan Relevan, artinya pelayanan harus mampu memenuhi preferensi, harapan dan kebutuhan individu dan masyarakat.
2. Tersedia dan terjangkau, artinya pelayanan harus dijangkau oleh setiap orang atau kelompok yang mendapatkan prioritas.
3. Dapat menjamin rasa keadilan, artinya terbuka dalam memberikan perlakuan terhadap sekelompok orang dalam keadaan yang sama.
4. Dapat diterima, artinya pelayanan memiliki kualitas apabila dilihat dari teknis/cara, kualitas, kemudahan, kenyamanan, menyenangkan, dapat diandalkan, tepat waktu, cepat, dan manusiawi.
5. Ekonomis dan efisien, artinya dari sudut pandang pengguna pelayanan dapat dijangkau melalui tarif dan pajak oleh semua lapisan masyarakat.
6. Efektif, artinya menguntungkan bagi pengguna dan semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pikir dari penelitian ini digambarkan dengan skema seperti berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir